

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Progam Sarjana (S1)

Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

ANGGA WAHID SANTOSO

NIM. B 100 100 138

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Lukman Hakim, SE., M.Si

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE**

Oleh :

ANGGA WAHID SANTOSO
NIM. B 100 010 138

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, September 2017

Pembimbing

Lukman Hakim, SE., M.Si

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS DAN KERAGAMAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE**

Yang ditulis oleh :

Nama : ANGGA WAHID SANTOSO

NIM : B 100 100 138

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, September 2017

Pembimbing



(Lukman Hakim, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Syamsudin, MM)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ANGGA WAHID SANTOSO**
NIRM : **10.6.106.02016.500138**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS
DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 4 November 2017

Yang Membuat Pernyataan,



Angga Wahid Santoso

MOTTO

- ❖ “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”
(Q.S. Al-Mujadilah: 11)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya kecil ini kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya.
2. Ayah dan ibu tercinta yang telah memberikan segalanya, doa, kasih sayang, dukungan dan pengorbanan yang begitu besar dalam hidupku.
3. Keluarga Besarku terkasih, terimakasih atas segala motivasi dan semangat yang telah diberikan.
4. Almamater

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Robbil'alamin. Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan tak lupa sholawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad yang selalu memberikan petunjuk kepada umatnya untuk selalu berjalan di jalan yang lurus dan benar, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **SIKAP SIVITAS AKADEMIKA TERHADAP WEBSITE UMS DAN PERPUSTAKAAN**. Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Lukman Hakim..... selaku pembimbing skripsi yang senantiasa dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dari awal sampai terselesainya penulis skripsi.

4. Kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan doa restu, kasih sayang, semangat, motivasi dukungan baik moral maupun spiritual serta kesabaran yang melimpah kepada saya selama ini.
5. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per-satu, terima kasih atas bantuannya hingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis belum sempurna, sehingga masih banyak kekurangan baik dalam penggunaan bahasa maupun penyajian data. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada semua pihak dan sebagai amalan yang tidak terputus.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surakarta, September 2017

Penulis,

Angga Wahid Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Belanja Online.....	8
1. Pengertian Belanja Online.....	8
2. Perkembangan Belanja Online	9
3. Pelanggan Belanja Online	9
4. Keuntungan Belanja Online	11
5. Kerugian Belanja Online.....	11
6. Perkembangan Teknologi Informasi	12
7. Perilaku Konsumen	13
8. Perilaku Pembeli Konsumen.....	14
B. Kepercayaan.....	14
C. Kualitas Produk.....	18

D. Keragaman Produk.....	19
E. Keputusan Pembelian.....	19
F. Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Kerangka Pemikiran.....	29
B. Hipotesis.....	29
C. Sumber Data dan Pengumpulan	30
D. Populasi dan Prosedur Penentuan Sampel	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	31
3. Teknik purposive sampling	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	33
1. Keputusan Pembelian Online (Online Buying Decision)	33
2. Kepercayaan (Trust).....	34
3. Kemudahan (Easy of Use)	34
F. Uji Instrumen Penelitian	35
1. Uji Reliabilitas	35
2. Uji Validitas	36
3. Uji Asumsi Klasik.....	36
4. Analisis Regresi Linier Berganda	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum.....	42
1. Sejarah.....	42
2. Struktur Organisasi	43
3. Sumber Daya Manusia	44
4. Pemasaran	45
B. Deskripsi Data	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
2. Klasifikasi responden berdasarkan usia	49
3. Klasifikasi responden berdasarkan jurusan konsumen	49
C. Analisis Data	50

1. Uji Instrumen Data	50
2. Uji Asumsi Klasik	54
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4. Uji Hipotesis	58
5. Uji R ² (koefisien determinasi)	61
D. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Kepercayaan	16
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Jurusan Responden.....	49
Tabel 4.4 Rangkuman validitas instrumen untuk variabel Kepercayaan (X1)	51
Tabel 4.5 Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Kualitas (X2)....	51
Tabel 4.6 Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Keberagaman produk (X3).....	52
Tabel 4.7 Rangkuman Validitas Instrumen Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.8 Hasil Reliabilitas	53
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Normalitas	54
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.12 Koefisien Regresi dan Standard Error Variabel penelitian	57
Tabel 4.13 Uji t	59
Tabel 4.14 Uji F	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Keputusan Pembelian	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online. Menganalisis pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian secara online. Menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian secara online.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada toko *online* FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden pada yang melakukan pembelian pada toko *online* FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan hasil analisis uji t yang menyatakan koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Kualitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Keberagaman produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pengujiannya menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan), Diperoleh F_{hitung} sebesar 170,926 dan F_{tabel} sebesar 2,699. Sehingga $F_{hitung} (170,926) > F_{tabel} (2,699)$ berarti H_1 diterima maka kualitas kualitas yang terdiri dari dimensi Kepercayaan, Kualitas dan Keberagaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di On line. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan variabel Kepercayaan, Kualitas dan Keberagaman produk terhadap Keputusan Pembelian di On line terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas, Keberagaman Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of confidence in purchasing decisions online. Analyze the effect of quality on online purchasing decisions. Analyze the effect of product diversity on online purchasing decisions.

The population of this study is all consumers who make purchases at online stores Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Surakarta. Samples taken as many as 100 respondents on who made a purchase on the online store Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Surakarta.

Based on the results of t test analysis that states the regression coefficient for trust variables affect the Purchase Decision, and Quality variables affect the Purchase Decision, and Variables variables affect product Purchase Decision. Testing using the F test to determine the effect simultaneously (simultaneously), obtained Fcount of 170.926 and Ftable of 2.699. So Fcount (170,926) > Ftable (2,699) means H1 accepted then quality quality consisting of dimension of Trust, Quality and Diversity of product have a significant effect to Purchasing Decision in On line. This indicates that there is a significant influence of the variables of Trust, Quality and Diversity of products on the Purchasing Decision on the Online proven true.

Keywords: *Trust, Quality, Product Diversity and Purchase Decision.*